

FICHA DE DEFINICIONES ESTRATÉGICAS AÑO 2019-2022
(Formulario A1)

MINISTERIO	MINISTERIO DE ECONOMIA, FOMENTO Y TURISMO	PARTIDA	07
SERVICIO	FISCALIA NACIONAL ECONOMICA	CAPÍTULO	08

Ley orgánica o Decreto que la rige

La Fiscalía Nacional Económica se rige por el D.F.L. N° 1 de 2005 del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado del D.L. N° 211, de 1973 y sus modificaciones posteriores introducidas por las leyes Nros. 20.361 de 2009, 20.945 de 2016 y, 20.971 de 2016.

Misión Institucional

Defender y promover la libre competencia actuando en representación del interés público como organismo especializado, para evitar que agentes con poder de mercado atenten individual o conjuntamente contra la libertad económica, procurando así el mayor bienestar general de la sociedad.

Objetivos Relevantes del Ministerio

Número	Descripción
5	Colaborar en eliminar obstáculos y despejar barreras de entrada a los mercados por parte de nuevos competidores y los costos de salida por parte de los consumidores, velando por la protección de los derechos del consumidor, trabajando para que estos dispongan de información suficiente para tomar decisiones libres y cuenten con mecanismos ágiles para hacer valer sus derechos.

Objetivos Estratégicos institucionales

Número	Descripción	Objetivos Relevantes del Ministerio vinculados	Productos Estratégicos vinculados
1	Impulsar y desarrollar investigaciones eficientes en materia de prácticas colusorias, de abusos de posición monopólica y de concentraciones que afecten, o puedan afectar, el funcionamiento eficiente de los mercados y el bienestar general de la sociedad.	5	1,2,3
2	Realizar estudios de mercado que entreguen información sobre sectores que en su ejercicio puedan entorpecer la libre competencia y, cuando corresponda, generen recomendaciones para su mejor funcionamiento.	5	1,2,3
3	Promover y desarrollar actividades de difusión para interceder preventivamente ante entidades públicas y privadas a objeto de que autoridades, agentes económicos y gremiales, internalicen el concepto de competencia.	5	1,2,3
4	Fortalecer la participación activa en instancias internacionales de libre competencia, para obtener cooperación recíproca y actualización en prácticas que apoyen el avance permanente de la gestión institucional.	5	1,2,3

Productos Estratégicos (Bienes y/o servicios)

	Producto Estratégico	Descripción	Clientes	Aplica Gestión Territorial	Aplica Enfoque de Género
1	Acciones de libre competencia derivadas de procesos investigativos y de estudios de la FNE y que tienen como resultado distintas estrategias, a fin de hacer presente el cambio de conducta.	Colaborar en eliminar obstáculos y despejar barreras de entrada a los mercados por parte de nuevos competidores y los costos de salida por parte de los consumidores, velando por la protección de los derechos del consumidor, trabajando para que estos dispongan de información suficiente para tomar decisiones libres y cuenten con mecanismos ágiles para hacer valer sus derechos.	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 13, 14, 17, 18, 19, 20.	No	No
2	Acciones de promoción activa de la libre competencia (Política de Advocacy) en el ámbito nacional que se realizan por medio de actividades de difusión para conocimiento y prevención de conductas anticompetitivas.	Considera las actividades efectuadas por la FNE que tienen por finalidad dar a conocer los beneficios de la libre competencia en diversos ámbitos, adecuar la normativa a principios procompetitivos e instruir a las autoridades y agentes económicos para prevenir conductas y prácticas negativas.	2, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20.	No	No
3	Actividades de promoción activa y difusión de la libre competencia, asociadas al ámbito internacional, con organismos especializados que se realizan por	Considera las actividades realizadas por la FNE que cuentan con el componente de conocimiento y experiencia internacional en materia de libre competencia. La finalidad es acceder a mejores prácticas, actualizar la información y mejorar de manera continua la gestión institucional acorde a estándares internacionales.	2, 18.	No	No

	distintos medios, para aprender e integrar buenas prácticas.				
--	--	--	--	--	--

	Clientes	Cuantificación
1	Tribunal de Defensa de la Libre Competencia.	1
2	Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.	1
3	Ministerio Público	1
4	Poder Judicial.	2
5	Poder Legislativo.	2
6	Contraloría General de la República.	1
7	Servicio Nacional del Consumidor.	1
8	Empresas Privadas.	744
9	Empresas Públicas.	33
10	Municipalidades.	345
11	Entidades públicas y privadas que reciben capacitación del rol de la FNE en forma directa como parte de la promoción y difusión.	17
12	Instituciones y organismos con los que la FNE ha suscrito convenios de acuerdo y colaboración.	12
13	Asociaciones Gremiales.	3916
14	Asociaciones de Consumidores.	40
15	Abogados.	40
16	Académicos y estudiantes.	35
17	Consumidores.	16928873
18	Agencias y organismos internacionales en materia de libre competencia.	101
19	Comisión para el Mercado Financiero	1
20	Servicio de Impuestos Internos	1